

INFORMAZIONE
IL PASSAGGIO ALLA RETE

I siti di news generano il 30% del traffico ma non ricevono compensi dai gestori: ecco perché può essere ipotizzato un prelievo alle bollette della connettività

Ai giornali il valore di internet

di **Carlo De Benedetti**
PRESIDENTE
DEL GRUPPO
L'ESPRESSO

Dietro ogni notizia che leggiamo sul giornale, scorriamo sul pc, riceviamo via sms, ascoltiamo alla radio, vediamo in tv c'è il lavoro di molte persone che l'hanno raccolta, controllata, valutata, scritta, registrata, filmata, trattata nel formato necessario, impaginata. Sono giornalisti, operatori, tecnici ad alta professionalità retribuiti con i ricavi della pubblicità e di quanto i clienti sono disposti a spendere comprando il giornale in edicola o pagando un abbonamento. Oggi un'informazione tempestiva, accurata e articolata è sempre più costosa perché le redazioni che un tempo producevano per una sola piattaforma - carta, radio o tv che fosse - sono chiamate a fornire news, video, audio, mappe interattive, fotogallerie, con linguaggi e tecnologie in costante e caro aggiornamento. Con la pubblicità in drammatica diminuzione e le notizie che si possono trovare senza sborsare un centesimo, non funziona più un modello di business messo a punto nella seconda metà dell'Ottocento e, in alcuni periodi, in grado di dare buoni utili. Esplosione dei costi, calo dei ricavi. Fino a quando gli editori potranno garantire, in queste condizioni, un'informazione verificata e di qualità? E i lettori/ascoltatori/clienti che disporranno di notizie meno controllate, saranno ancora cittadini consapevoli?

A Berlino, nel grattacielo che Axel Springer fece costruire cinquant'anni fa a ridosso del Muro perché tutti - di là - vedessero giorno e notte la sua fabbrica di libera informazione, nel giugno scorso, senza fanfare, i principali editori europei hanno sottoscritto la "Dichiarazione di Amburgo", che individua alcuni principi il cui mancato rispetto mette a repentaglio la libera stampa e la democrazia. Ecco tre passaggi del documento voluto dall'European Publishers Council: «Numerosi operatori di internet usano il lavoro degli autori, degli editori e dei broadcaster senza pagare alcunché. A lungo termine, questo mette a rischio la produzione di contenuti di alta qualità e l'esistenza del giornalismo indipenden-

te. (...) L'accesso per tutti ai siti web non significa accesso gratuito. Non siamo d'accordo con quanti sostengono che la libertà d'informazione è assicurata solo se tutto è disponibile online gratuitamente. (...) I legislatori e i governi devono proteggere più efficacemente, a livello nazionale e internazionale, la creazione intellettuale di valore da parte di autori, editori e broadcaster».

Quali "operatori di internet", secondo la definizione della Dichiarazione, usano il lavoro degli altri ricavandoci, in alcuni casi, cifre che nessuno aveva immaginato in secoli di industria dell'informazione? I principali sono i motori come Google e le telecom, os-

LA CATENA DELLE NOTIZIE

In Germania allo studio un compenso di 5 euro al mese per pc collegato. In Italia i precedenti di tv digitale ed energie rinnovabili

sia chi fornisce i servizi di ricerca e l'accesso alla rete. Perché questi anelli della catena del valore aumentano fortemente i loro utili mentre gli editori soffrono? Vediamo di spiegarlo.

Google prospera sui contenuti degli altri perché, su richiesta dell'utilizzatore, li rintraccia con il suo motore di ricerca e, nella pagina di risposta, gli piazza accanto la pubblicità a performance. Pubblicità che nel 2009 genererà sul solo mercato italiano un fatturato pubblicitario intorno ai 400 milioni di euro, quasi la metà dell'intera raccolta sul web. Su segnalazione della Federazione degli editori, di questa realtà si sta occupando l'Autorità garante della concorrenza e del mercato presieduta da Antonio Catricalà.

Gli operatori di telefonia in Italia controllano circa 13 milioni di connessioni ad alta velocità (19,2 linee ogni 100 abitanti a fine 2008) e ora stanno vedendo crescere a ritmi sostenuti anche l'internet in mobilità. Bene, calcoli ufficiali in Germania e Stati Uniti mostrano che oltre il 30% del traffico in Rete è generato dai siti di quotidiani e reti televisive. Quindi l'informazione main stream è un driver eccezionale per le telecom, che si fanno pagare con margini molto elevati ogni Adsl e abbonamento ai dispositivi mobili con accesso al web.

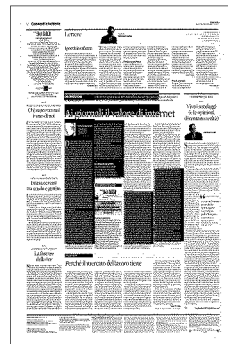
L'elenco di chi guadagna senza alcuna fatica grazie al lavoro di redazioni ed edi-

tori è lungo. Ci sono, come in altri settori dell'economia, i pirati della Rete: per ogni persona che legge un pezzo o vede un filmato sul sito originario, altre cinque lo trovano su un blog o su una rassegna stampa che l'hanno "copiato" senza pagare alcun diritto. È vero che a un giornale serve che tutti parlino di quel che ha scritto, che le sue notizie siano percepite come valuta sociale, ma si deve anche trovare un modo di monetizzare questo interesse. In Germania sono arrivati alla conclusione che tutte le aziende hanno vantaggi economici dall'informazione giornalistica in Rete perché usano notizie su fornitori, clienti, candidati dipendenti; dunque è molto probabile che il nuovo Parlamento, che risulterà dalle elezioni del prossimo weekend, viste le posizioni in merito già assunte dalla Cdu, Spd e dall'Fdp chiami presto ogni azienda tedesca a dichiarare quanti sono i suoi computer collegati a internet e a pagare per ciascuno una flat fee mensile di 5 euro. I relativi ricavi andrebbero solo agli editori.

Anche in Italia le autorità di garanzia e il legislatore devono studiare come consentire ai produttori d'informazione di qualità di continuare ad operare. Ho una proposta, per aprire il dibattito.

Il passaggio dei giornali al web, che amplia l'audience e diminuisce i fatturati, venga sussidiato alla stregua del passaggio dall'analogico al digitale nella televisione. Il meccanismo potrebbe essere simile a quello utilizzato per le politiche di sostegno alle energie rinnovabili. In quel caso l'interesse generale giustifica un prelievo proporzionale erga omnes sulla bolletta energetica. Qui il prelievo potrebbe avvenire sulla bolletta della connettività, a prescindere dall'utilizzo, da parte del singolo, di contenuti informativi durante la propria navigazione. Non si tratterebbe di un contributo perenne ma di un finanziamento alla transizione da regolamentare a livello di singolo paese.

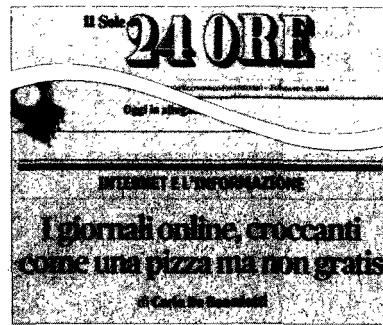
La transizione carta-web è una moti-



vazione insufficiente? Allora si discuta l'opportunità di "girare" agli editori, a compensazione della quota del valore creato a vantaggio degli operatori di telefonia, una piccola parte di quanto pagano gli utilizzatori per l'Adsl o per la connessione a internet in mobilità. Alla Rete potrebbe cioè essere estesa la logica adottata per la televisione satellitare, in cui il proprietario della piattaforma retrocede ai fornitori di contenuti una quota del fatturato derivante dagli abbonamenti. Nel 2007 gli utenti in Italia hanno pagato 3,36 miliardi di euro per la banda larga (relazione 2008 dell'Autorità per la garanzia delle comunicazioni); in media una Adsl nel mercato residenziale costa 20 euro al mese equivalente ad un fatturato annuo superiore ai 4 miliardi di euro tenuto anche conto del crescente utilizzo di internet mobile. Una ripartizione di questo fatturato, come d'altronde avviene già negli Usa, tra operatori telefonici e generatori di contenuti renderebbero non iniquo come attualmente è il rapporto tra chi sostiene i costi per produrre contenuti e chi deriva utili da traffico utilizzando quei contenuti.

Immagino già le obiezioni di chi ho chiamato in causa e anche degli utenti. Ma credo che la posta in gioco - la sopravvivenza del giornalismo indipendente, per citare ancora la Dichiarazione di Amburgo - giustifichi azioni con carattere d'eccezionalità.

LA PRIMA RIFLESSIONE



I contenuti a pagamento

■ Sul Sole 24 Ore del 21 maggio 2009 Carlo De Benedetti è intervenuto dopo l'annuncio di Rupert Murdoch sulla fine della lettura gratuita dei giornali online. Il New York Times è passato dalla consultazione gratuita all'abbonamento e sta sperimentando una nuova formula; il Wall Street Journal "cripta" i contenuti di nicchia. El País fu il più strenuo assertore in Europa della linea "si paga tutto", ma due anni fa decise di tornare alla gratuità. Perché le news online trovino clienti sarà decisivo l'impatto dei nuovi lettori e l'offerta di servizi personalizzati e di formule facili e sicure di pagamento.